**ГОсударственное ПрофессиональноЕ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ Учреждение**

**ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ «ТУЛЬСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**РАССМОТРЕНО УТВЕРЖДАЮ**

**на заседании цикловой комиссии № 2 Заместитель директора**

**протокол № 1 от « \_\_ » августа 2019 год по учебной работе**

**председатель О.Н. Мосина Е.В. Кошелева**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**« \_\_\_ » августа 2019 год**

***КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА***

и

***Методические рекомендации п***о дисциплине «Т***еоретические основы товароведения***»

для студентов 1 курса **заочного отделения** специальности

**38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров**

(базовой подготовки)

Составил преподаватель

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.В. Терехова

Щекино, 2019 год

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п |  | стр. |
| I | Определение задания контрольной работы студента | 5 |
| I.1 | Теоретические вопросы | 6 |
| I.2 | Практические задания | 7 |
| II | Методические рекомендации | 11 |
| II.1 | К ответам на теоретические вопросы | 11 |
| II.2 | К выполнению практических заданий | 17 |
| III | Примеры решения задач | 21 |
| IV | Литература | 26 |

**I ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЗАДАНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Последняя цифра шифра личного дела студента** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **0** |
| Начальная буква фамилии студента |
| А, З,  П, Ц | 4,  31, 45, 64 | 11, 24, 41, 50 | 16, 32, 40, 59 | 5,  27, 52, 61 | 15, 20, 42, 58 | 1,  12, 36, 53 | 4,  24, 43, 52 | 12, 30, 48, 63 | 9,  27, 38, 57 | 2,  28, 44, 60 |
| Б, И,  Р, Ч | 18, 33, 48, 54 | 11, 25, 37, 64 | 17, 30, 36, 55 | 10, 27, 41, 51 | 11, 31, 43, 63 | 9,  25, 47, 57 | 14, 34, 37, 50 | 19, 26, 49, 56 | 8,  20, 35, 44 | 19, 32, 38, 54 |
| В, К,  С, Ш | 5,  28, 39, 65 | 2,  23, 38, 54 | 15, 34, 43, 61 | 6,  19, 37, 66 | 1,  23, 43, 60 | 10, 29, 48, 54 | 7,  15, 38, 60 | 13, 32, 44, 62 | 12, 30, 50, 56 | 4,  11, 35, 60 |
| Г, Л,  Т, Щ | 2,  22, 47, 61 | 15, 34, 43, 64 | 8,  17, 35, 52 | 1,  18, 41, 58 | 3,  33, 51, 64 | 15, 28, 40, 53 | 4,  19, 46, 63 | 6,  27, 38, 48 | 17, 33, 49, 59 | 8,  23, 42, 58 |
| Д, М,  У, Э | 6,  34, 47, 53 | 13, 20, 35, 57 | 14, 22, 36, 66 | 7,  26, 47, 58 | 5,  11, 35, 52 | 7,  22, 42, 64, | 14, 24, 39, 55 | 9,  16, 35, 53 | 18, 21, 38, 61 | 14, 29, 48, 63 |
| Е, Н,  Ф, Ю | 16, 21, 41, 62 | 9,  18, 51, 55 | 3,  31, 39, 48 | 16, 23, 55, 65 | 10, 30, 40, 44 | 3,  17, 36, 50 | 12, 28, 41, 63 | 13, 32, 53, 65 | 10, 20, 39, 46 | 2,  28, 42, 57 |
| Ж, О,  Х, Я | 3,  34, 45, 63 | 6,  26, 40, 51 | 10, 31, 37, 56 | 1,  25, 51, 66 | 7,  21, 36, 59 | 13, 24, 56, 66 | 9,  26, 35, 45 | 4,  31, 49, 53 | 2,  25, 38, 60 | 5,  33, 44, 65 |

**I.1 Теоретические вопросы**

1. Товароведная классификация товаров. Группа физических свойств товаров: оптические и акустические.
2. Товарная информация: понятие, виды, формы, средства.
3. Основные понятия, классификация ассортимента товаров. Принципы деления товаров на сорта. Сортамент. Пересортица.
4. Обеспечение качества и количества: хранение и упаковка.
5. Маркировка товаров: назначение, виды, составные элементы.
6. Основные понятия количественной характеристики товаров: единичный экземпляр товаров, комплексная упаковочная единица, товарная партия.
7. Контроль качества и количества товарных партий. Правила отбора проб.
8. Классификация и кодирование товаров.
9. Товарно-сопроводительные документы: понятие, виды, назначение.
10. Качество товаров: основные понятия, свойства, показатели, технический уровень качества.
11. Меры по предупреждению и снижению потерь. Порядок списания количественных и качественных потерь.
12. Технологический жизненный цикл товародвижения: этапы, стадии.
13. Методы товароведения: характеристика, достоинства и недостатки.
14. Количественные (нормируемые) потери. Качественные (актируемые) потери.
15. Штриховое кодирование. ЕАN – 13.
16. Номенклатура потребительских свойств и показателей качества товаров: краткая характеристика, критерии выбора.
17. Свойства и показатели ассортимента товаров.
18. Объекты товароведной деятельности. Идентификация и прослеживаемость товаров.
19. Ключевые понятия дисциплины «Товароведение». Состояние потребительского рынка в РФ. Принципы товароведения.
20. Дефекты товаров. Отличие дефектов от допустимых отклонений.
21. Основные составляющие пищевой ценности продовольственных товаров: энергетическая, биологическая, физиологическая, органолептическая ценности.
22. Усвояемость продовольственных товаров: основные показатели, характеристика.
23. Оценка качества: понятие этапы. Градации качества.
24. Управление ассортиментом. Ассортиментная политика организации: понятие, цели, задачи.
25. **Организация системы товароснабжения: формы и принципы товароснабжения, формы, правила, принципы продажи товаров.**
26. Субъекты товароведной деятельности.
27. Общегосударственные классификаторы: виды, назначение, структура.
28. Методы хранения товаров. Методы, основанные на регулировании различных по­казателей климатического режима хранения.
29. Методы хранения товаров. Методы, основанные на разных способах размещения.
30. Методы хранения товаров. Методы ухода за товарами по способу их обработ­ки.
31. Сертификация по системе ИСО.
32. Понятие спроса, цены, доли потенциальных покупателей товара.
33. Доброкачественность продовольственных товаров.
34. Информационные знаки: назначение, виды, разновидности, расшифровка.

**I.2 Практические задания**

1. Известно, что при смешанном питании усвояемость белков составляет – 84,5 %, жиров – 94,0 %, углеводов – 95,5 %. В 100 г сливочного масла содержится (в %): белков – 0,7; жиров – 83,5; углеводов – 0,8. Используя необходимые коэффициенты, определить энергетическую и фактическую энергетическую ценность продукта при смешанном питании, в ккал и кДж, массой 230 г. Обосновать полученный результат.
2. Штриховой код товара выглядит таким образом: 4 3 0 2 7 3 5 0 1 4 8 2 5. Сделайте вывод о подлинности товара или же установите наличие фальсификации продукции, используя штриховой код. На основе какого типа штрихового кода проводится такой анализ? Обосновать свой вывод.
3. Используя необходимые коэффициенты, определить энергетическую ценность, в ккал и кДж, продукта массой 450 г. Известно, что содержание белков – 17%, углеводов – 31%, жиров – 27%. Соотношения белка, жира, углеводов даны на 100 г продукта. Объяснить полученный результат.
4. Фактическая цена товара 581 руб. Общее количество покупок, совершаемое покупателями, желающими приобретать товар по установленной цене – 163 шт. Количество покупок которое совершает потребитель по желаемой цене:

а) 169 – цена на 9,8 % ниже;

б) 186 – цена в 1,4 раза ниже;

в) 174 – цена на 68 руб. ниже установленной цены.

Рассчитать цену, по которой целесообразно продавать товар. Объяснить полученный результат.

1. Используя необходимые коэффициенты, определить энергетическую ценность, в ккал и кДж, зеленого горошка весом 250г. Известно, что содержание белков – 4,6%, углеводов – 13%. Соотношения белка и углеводов даны на 100г продукта. Объяснить полученный результат.
2. Определить спрос на товар. Проанализировать полученный результат. Что характеризует рассчитанная величина? Известно, что количество покупок совершаемых покупателями, желающими приобретать товар:

а) ежедневно – 438 шт.;

б) один раз в неделю – 996 шт.;

в) один раз в месяц – 982 шт.;

г) один раз в полгода – 1809 шт.;

д) один раз в год – 1826 шт.;

е) всего лишь один раз совершают покупку – 1856 шт.

1. Известно, что при смешанном питании усвояемость белков составляет – 84,5 %, жиров – 94,0 %, углеводов – 95,5 %. В 250 г майонеза «Оливковый» содержится (в %): белков – 35; жиров – 67; углеводов – 29. Используя необходимые коэффициенты, определить энергетическую и фактическую энергетическую ценность продукта при смешанном питании, в ккал и кДж. Соотношения белка, жира, углеводов даны на 100г продукта. Обосновать полученный результат.
2. Проанализировать полученные результаты и сделать выводы, вычислив долю потенциальных покупателей и долю потенциальных покупателей принимающих предложенную цену. Известно, что из 383 человек, количество потенциальных покупателей 358 чел., а 82 % потенциальных покупателей принимают предложенную цену.
3. Используя необходимые коэффициенты, определить энергетическую ценность, в ккал и кДж, продукта массой 360 г. Известно, что содержание белков – 18%, углеводов – 39%, жиров – 12%. Соотношения белка, жира, углеводов даны на 100 г продукта. Объяснить полученный результат.
4. Известно, что количество потенциальных покупателей среди 988 чел. составляет 878 чел. Вычислив долю потенциальных покупателей проанализировать полученные результаты и сделать соответствующие выводы.
5. Определить энергетическую ценность 980 г пастеризованного молока (3,5% жирности), в ккал и кДж, используя необходимые коэффициенты. Известно, что на 100 г молока содержание белков – 31%, углеводов – 42%, жиров – 35%. Объяснить полученный результат.
6. На основе какого типа штрихового кода проводится в задаче анализ? Сделайте вывод о подлинности товара или же установите наличие фальсификации продукции, используя штриховой код. Обоснуйте свой вывод. Штриховой код товара выглядит таким образом: 4 8 1 1 1 6 7 0 0 0 0 6 4.
7. Используя необходимые коэффициенты, определить энергетическую ценность, в ккал и кДж, продукта массой 240г. Известно, что содержание белков – 6,7%, углеводов – 43,4%, жиров – 3,4%. Соотношения белка, жира, углеводов даны на 100 г продукта. Объяснить полученный результат.
8. Проанализировать полученные результаты и сделать выводы, вычислив долю потенциальных покупателей и долю потенциальных покупателей принимающих предложенную цену. Известно, что из 731 человека, количество потенциальных покупателей 561 чел., а 43 % потенциальных покупателей принимают предложенную цену.
9. Определить фактическую энергетическую ценность 430 г растительного масла при смешанном питании, в ккал и кДж, используя необходимые коэффициенты. Известно, что при смешанном питании усвояемость белков составляет – 84,5%, жиров – 94,0 %, углеводов – 95,5 %. Известно, что на 100г продукта: жира – 99%. Объяснить полученный результат.
10. Определить спрос на товар. Проанализировать полученный результат. Что характеризует рассчитанная величина? Известно, что количество покупок совершаемых покупателями, желающими приобретать товар:

а) ежедневно – 96 шт.;

б) один раз в месяц – 144 шт.;

в) один раз в полгода – 281 шт.;

г) всего лишь один раз совершают покупку – 823 шт.

1. Известно, что при смешанном питании усвояемость белков составляет – 84,5 %, жиров – 94,0 %, углеводов – 95,5 %. В 100 г сливочного масла содержится (в %): белков – 4,6; жиров – 82,5; углеводов – 2,9. Используя необходимые коэффициенты, определить энергетическую и фактическую энергетическую ценность продукта при смешанном питании, в ккал и кДж, массой 120г. Соотношения белка, жира, углеводов даны на 100г продукта.Обосновать полученный результат.
2. Установленная цена товара 785 руб. Общее количество покупок, совершаемое покупателями, желающими приобретать товар по фактической цене – 83 шт. Количество покупок которое совершает потребитель по желаемой цене:

а) 84 – цена на 3% ниже;

б) 95 – цена в четыре раза ниже;

в) 109 – цена на 562 руб. ниже установленной цены.

Рассчитать цену, по которой целесообразно продавать товар. Объяснить полученный результат.

1. Фактическая цена товара 1865 руб. Общее количество покупок, совершаемое покупателями, желающими приобретать товар по установленной цене – 850 шт. Количество покупок которое совершает потребитель по желаемой цене:

а) 956 – цена в четыре раза ниже;

б) 885 – цена в три раза ниже;

в) 848 – цена на 1,5 % ниже установленной цены.

Рассчитать цену, по которой целесообразно продавать товар. Объяснить полученный результат.

1. Известно, что количество покупок совершаемых покупателями, желающими приобретать товар:

а) один раз в неделю – 1233 шт.;

б) один раз в месяц – 562 шт.;

в) один раз в полгода – 228 шт.;

г) один раз в год – 129 шт.

Определить спрос на товар. Что характеризует рассчитанная величина? Проанализировать полученный результат.

1. Определить энергетическую ценность 850 г пастеризованного молока (2,5% жирности), в ккал и кДж, используя необходимые коэффициенты. Известно, что на 100г молока содержание белков – 20%, углеводов – 38%, жиров – 25%. Объяснить полученный результат.
2. Вычислить долю потенциальных покупателей и долю потенциальных покупателей принимающих предложенную цену, если известно, что из 89 человек, количество потенциальных покупателей 48 чел., а 21 % потенциальных покупателей принимают предложенную цену. Проанализировать полученные результаты и сделать выводы.
3. Известно, что из 307 чел. количество потенциальных покупателей среди респондентов составляет 89 чел. Вычислив долю потенциальных покупателей проанализировать полученные результаты и сделать соответствующие выводы.
4. Используя штриховой код, сделайте вывод о подлинности товара или же установите наличие фальсификации продукции. На основе какого типа штрихового кода проводится такой анализ? Обоснуйте свой вывод.Штриховой код товара выглядит таким образом: 8 9 9 6 8 9 5 7 6 3 5 1 4.
5. Известно, что количество потенциальных покупателей среди 567 чел. составляет 234 чел. Вычислив долю потенциальных покупателей проанализировать полученные результаты и сделать соответствующие выводы.
6. Фактическая цена товара 1234 руб. Общее количество покупок, совершаемое покупателями, желающими приобретать товар по установленной цене – 567 шт. Количество покупок которое совершает потребитель по желаемой цене:

а) 845 – цена в три раза ниже;

б) 765 – цена в четыре раза ниже;

в) 753 – цена на 3,5 % ниже установленной цены.

Рассчитать цену, по которой целесообразно продавать товар. Объяснить полученный результат.

1. Известно, что количество покупок совершаемых покупателями, желающими приобретать товар:

а) ежедневно – 1926 шт.;

б) один раз в неделю – 992 шт.;

в) один раз в месяц – 763 шт.;

г) один раз в полгода – 326 шт.;

д) один раз в год – 129 шт.;

е) всего лишь один раз – 119 шт.

Определить спрос на товар. Что характеризует рассчитанная величина? Проанализировать полученный результат.

1. Вычислить долю потенциальных покупателей и долю потенциальных покупателей принимающих предложенную цену, если известно, что из 117 человек, количество потенциальных покупателей 75 чел., а 32 % потенциальных покупателей принимают предложенную цену. Проанализировать полученные результаты и сделать выводы.
2. Используя штриховой код, сделайте вывод о подлинности товара или же установите наличие фальсификации продукции. На основе какого типа штрихового кода проводится такой анализ? Обоснуйте свой вывод.Штриховой код товара выглядит таким образом: 8 9 8 6 8 9 2 7 6 1 5 1 3.
3. Фактическая цена товара 509 руб. Общее количество покупок, совершаемое покупателями, желающими приобретать товар по установленной цене – 364 шт. Количество покупок которое совершает потребитель по желаемой цене:

а) 178 – цена в четыре раза ниже;

б) 104 – цена в три раза ниже;

в) 192 – цена на 1,5 % ниже установленной цены.

Рассчитать цену, по которой целесообразно продавать товар. Объяснить полученный результат.

1. Известно, что количество покупок совершаемых покупателями, желающими приобретать товар:

а) один раз в неделю – 389 шт.;

б) один раз в месяц – 432 шт.;

в) один раз в полгода – 368 шт.;

г) один раз в год – 249 шт.;

д) всего лишь один раз – 821 шт.

Определить спрос на товар. Что характеризует рассчитанная величина? Проанализировать полученный результат.

1. Вычислить долю потенциальных покупателей и долю потенциальных покупателей принимающих предложенную цену, если известно, что из 423 человек, количество потенциальных покупателей 228 чел., а 38 % потенциальных покупателей принимают предложенную цену. Проанализировать полученные результаты и сделать выводы.

**II МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**II.1 К ответам на теоретические вопросы**

**Вопрос № 1: Товароведная классификация товаров. Группа физических свойств товаров: оптические и акустические.**

По назначению все товары подразделяются на следующие роды: перечислить и раскрыть основные понятия. Раскрыть такие понятия как: «класс товаров», «подкласс однородных товаров», «группа однородных товаров», «подгруппа товаров», «вид товаров», «разновидность товаров», «наименование товара», «Товарный артикул (ТА)». Классы, подклассы и группы составляют общую товароведную классификацию потребительских товаров (раскрыть). Что составляет оптические и акустические свойства товаров? Краткая характеристика.

**Вопрос № 2: Товарная информация: понятие, виды, формы, средства.**

Дать характеристику понятию «товарная информация». Три вида товарной информации (в зависимости от назначения). Раскрыть основные формы, средства и требования товарной информации (схема).

**Вопрос № 3:** **Основные понятия, классификация ассортимента товаров. Принципы деления товаров на сорта. Сортамент. Пересортица.**

Раскрыть понятие «ассортимента товаров». Перечислить и раскрыть основные классификационные признаки ассортимента товаров (схема). Раскрыть понятие «сорт товаров». Что такое сортамент, виды сортамента? Перечислить и раскрыть принципы деления на товарные сорта. Раскрыть понятие «пересортица». Деление товара по основным и частным признакам.

**Вопрос № 4: Обеспечение качества и количества: хранение и упаковка.**

Что такое процесс хранения? Упаковка: понятие, основные элементы, классификация, требования.

**Вопрос № 5: Маркировка товаров: назначение, виды, составные элементы.**

Понятие маркировки, ее основные функции, виды. Требования, предъявляемые к маркировке (схема). Структура маркировки: основные части (назвать и раскрыть) (привести схему).

**Вопрос № 6:** **Основные понятия количественной характеристики товаров: единичный экземпляр товаров, комплексная упаковочная единица, товарная партия.**

Следует различать следующие количественные градации: единичные экземпляры товаров и их совокупность – то­варные партии, комплексные упаковочные единицы и комплекты товаров: раскрыть эти понятия. Все товары – единичные экземпляры и товарные пар­тии – имеют общие и специфичные количественные (или размерные) характеристики: раскрыть перечисленные понятия.

Классификация общих количественных характеристик товаров (схема).

**Вопрос № 7:** **Контроль качества и количества товарных партий. Правила отбора проб.**

Основные виды контроля. Какие требования должны быть выполнены, чтобы проба обла­дала, с определенной степенью достоверности, неоднороднос­тью? Что такое оптимальность и представительность пробы? Последовательность отбора проб и образцов из товарных партий разных способов размещения: привести и объяснить основные понятия схемы последовательности отбора проб и образцов.

**Вопрос № 8:** **Классификация и кодирование товаров.**

Раскрыть понятие классификации. Что служит объектом и признаком классификации? В чем заключается цель классификации. Два основных метода классификации: дать определение и раскрыть схемы методов. Что такое ступень классификации? Понятие кодирования. Что такое и в чем состоит структура кода? Основные методы кодирования. Преимущества и недостатки всех методов классификации и всех методов кодирования.

**Вопрос № 9:** **Товарно-сопроводительные документы: понятие, виды, назначение.**

Рассказать о технических документах, на какие основные группы их подразделяют. Какие документы относятся к товарно-сопроводительным, а какие к эксплуатационным: наименование, назначение.

**Вопрос № 10: Качество товаров: основные понятия, свойства, показатели. Технический уровень качества.**

Понятие «качество», «качество товаров». Составляющие элементы качества товаров: свойство, показатель качества, потребительские и технологические свойства. Классификация показателей качества: привести и объяснить схему показателей качества. Понятие «технический уровень качества»

**Вопрос № 11: Меры по предупреждению и снижению потерь. Порядок списания количественных и качественных потерь.**

Классификация мер по предупреждению и снижению потерь. Что такое внутренние и внешние факторы, позволяющие предупредить или снизить товарные потери. Раскрыть их составляющую. Ряд причин объясняющих народнохозяйственное значение проблемы предупреждения и снижения потерь. Рассказать о порядке списания количественных и качественных потерь: нормативная база, порядок списания.

**Вопрос № 12: Технологический жизненный цикл товародвижения: этапы, стадии.**

Раскрыть понятие технологического жизненного цикла товародвижения. Рассказать о четырех основных его стадиях, какие этапы их составляют.

**Вопрос № 13: Методы товароведения: характеристика, достоинства и недостатки.**

Понятие «метод товароведения». Привести (схематично) и раскрыть классификацию всех основных методов товароведения.

**Вопрос № 14: Количественные (нормируемые) потери. Качественные (актируемые) потери.**

Какие потери называются товарными, а какие материальными? Что такое количественные и качественные потери, почему их называют нормируемыми и, соответственно – актируемыми? Привести и раскрыть классификацию товарных потерь (схема). Какими процессами обусловлены качественные потери: перечислить и раскрыть основные виды.

**Вопрос № 15: Штриховое кодирование. ЕАN – 13.**

Понятие штрихового кода, его функции. Виды штриховых кодов, его структура. Признаки ШК, позволяющие отличить подлинные товары от фальсифицированных.

Характеристика ШК ЕАN – 13.

**Вопрос № 16: Номенклатура потребительских свойств и показателей качества товаров: краткая характеристика, критерии выбора.**

Понятие «Номенклатура потребительских свойств и показателей качества товаров». В пределах номенклатуры потребительские свойства и показатели подразделяются на группы и подгруппы в зависимости от их особенностей и удовлетворяемых потребностей. Дать основную характеристику всем группам и подгруппам. Схематично изобразить потребительские свойства качества товаров, классификацию эстетических свойств товаров, классификацию стилей.

**Вопрос № 17: Свойства и показатели ассортимента товаров**.

Что такое свойство и показатель ассортимента товаров? Что является единицей измерения показателей ассортимента? Раскрыть и объяснить всюноменклатуру свойств и показателей ассортимента.

**Вопрос № 18: Объекты товароведной деятельности. Идентификация и прослеживаемость товаров.**

Что является объектом товароведной деятельности? Раскрыть основополагающие характеристики товаров и взаимосвязь между этими характеристиками. Понятие идентификации, прослеживаемости; их цели. Перечислить и раскрыть, что включает в себя комплекс работ по идентификации и прослеживаемости.

**Вопрос № 19: Ключевые понятия дисциплины «Товароведение». Состояние потребительского рынка в РФ. Принципы товароведения.**

Определение основных понятий «продукция», «товар» и «товароведение». Что является предметом изучения дисциплины «Товароведение»? В чем состоит цель товароведения, и какие задачи решает эта наука? Раскрыть основные принципы товароведения. Рассказать о состоянии потребительского рынка в РФ.

**Вопрос № 20: Дефекты товаров. Отличие дефектов от допустимых отклонений.**

Раскрыть такие понятия как несоответствие, дефект, недостаток товара. Рассказать о классификации дефектов: виды и разновидности (схема). Действия по предупреждению и устранению дефектов, их взаимосвязь (схема). Раскрыть основные понятия действий по предупреждению и устранению дефектов.

**Вопрос № 21:** **Основные составляющие пищевой ценности продовольственных товаров: энергетическая, биологическая, физиологическая, органолептическая ценности.**

Качество продовольственных товаров – одна из основных характеристик, влияющих на создание потребительских пред­почтений и формирование конкурентоспособности, совокупность свойств и характеристик, кото­рые способны удовлетворять пред­полагаемые потребности. Понятие пищевой ценности, как комплексного свойства. Характеристика составных элементов – энергетическая, биологи­ческая, физиологическая и органолептическая ценностей продуктов питания.

**Вопрос № 22:** **Усвояемость продовольственных товаров: основные показатели, характеристика.**

К важным свойствам пищевой ценности товара относится их усвояемость. Усвояемость продуктов зависит от общей совокуп­ности их свойств: содержания пищевых веществ, внешнего вида, вкусовых достоинств, состава и активности ферментов. О степени усвояе­мости пищи судят по количеству веществ, всосавшихся в кровь через стенки кишечника. Белки, жиры, углеводы и другие вещества пищи животного происхождения всасываются более интенсивно, чем из продуктов растительного происхождения. Полезность пищевых продуктов определяется степенью их усвоения. Белки, жиры и углеводы – энергетические вещества пищи. Коэффициенты расчета калорийности всего дневного ра­циона или калорийности любого пищевого продукта, если известен его химический состав. Усвояемость при смешанном питании (процентное соотношение белков, жиров и углеводов).

**Вопрос № 23: Оценка качества: понятие этапы. Градации качества.**

Понятие оценки качества. Из каких групп операций складывается деятельность по оценке качества, каковы специ­фические особенности каждой группы. Что такое градация, класс, сорт? В чем заключаетсявзаимосвязь оценки качества с градациями качества (основные группы) и классами товаров по назначению (схема). Какой товар является стандартным, нестандартным? Что такое бракованный товар и отходы?

**Вопрос № 24:** **Управление ассортиментом. Ассортиментная политика организации: понятие, цели, задачи.**

Понятие управление ассортиментом, основные этапы управления. Что такое ассортиментная политика, в чем заключается цель организации в области ассортимента? Задачи в области управления ассортиментом. Рассказать о формировании ассортимента. Перечислить и раскрыть основные направления и факторы формирования ассортимента. В чем заключается суть управления ассортиментом?

**Вопрос № 25: Организация системы товароснабжения: формы и принципы товароснабжения, формы, правила, принципы продажи товаров**

**Товароснабжение, формы товароснабжения, принципы товароснабжения, закупка товаров, факторы, влияющие на организацию товароснабжения, уровень обслуживания. Формы продажи товаров, этапы продажи товаров, правила розничной торговли, требования размещения товаров в магазине, принципы размещения товаров на линиях, качество торгового обслуживания, торговые услуги.**

**Вопрос № 26:** **Субъекты товароведной деятельности.**

Кто является субъектом товароведной деятельности? Рассказать о первой и второй группе субъектов. Требования к знаниям и умениям товароведов.

**Вопрос № 27:** **Общегосударственные классификаторы: виды, назначение, структура.**

Понятия «классификаторы», «структура классификатора»: его позиции и ёмкость, основные части ОКП. Ступени в классификаторах. Таблица примера деления на классы, подклассы, классификационные группировки. Схема деления на классы, подклассы, классификационные группировки.

**Вопрос № 28:** **Методы хранения товаров. Методы, основанные на регулировании различных по­казателей климатического режима хранения**

Раскрыть понятие «метод хранения», назначение методов хранения, классификация в зависимости от характера и направленности техно­логических операций (три группы методов хра­нения): краткое название. Характеристика методов, основанных на регулировании различных показателей климатического режима хранения: четыре подгруппы. Таблица достоинств и недостатков разных систем охлаждения.

**Вопрос № 29: Методы хранения товаров. Методы, основанные на разных способах размещения**

Раскрыть понятие «метод хранения», назначение методов хранения, классификация в зависимости от характера и направленности техно­логических операций (три группы методов хра­нения): краткое название. Характеристика методов, основанных на разных способах размещения: две основные подгруппы. Критерии выбора метода размещения. Таблица достоинств и недостатков бестарного и тарного способов размещения. Схема классификации методов хранения по способам размещения товаров.

**Вопрос № 30:** **Методы хранения товаров. Методы ухода за товарами по способу их обработ­ки.**

Раскрыть понятие «метод хранения», назначение методов хранения, классификация в зависимости от характера и направленности техно­логических операций (три группы методов хра­нения): краткое название. Характеристика методов ухода за товарами по способу их обработ­ки: подразделение по двум классифи­кационным признакам. Виды обработки: характеристика. Схема методов ухода за товарами.

**Вопрос № 31:** **Сертификация по системе ИСО.**

Раскрыть понятия «сертификация качества», «ISO (International Organization for Standardization, ИСО)». Какие стандарты в мире получили наибольшее распространение, почему (обосновать ответ)? Какие услуги подразумевает внедрение стандартов управления ИСО? Для чего необходим предприятиям сертификат соответствия международным стандартам по системе ИСО. Основные виды (классификация) стандартов системы ИСО.

**Вопрос № 32:** **Понятие спроса, цены, доли потенциальных покупателей товара.**

**Основные факторы, формирующие спрос и факторы, влияющие на спрос, виды спроса в зависимости от реального состояния товарного обеспечения, по отношению покупателя к товару. Влияние цены на величину спроса, влияние на спрос доходов потребителей, влияние на спрос ожиданий потребителей.** Процесс обработки данных о спросе: **формулы расчета** доли потенциальных покупателей (DП.П. , %) среди жителей региона, доли потенциальных покупателей, принимающих предложенную цену товара (DСП.П.), определения величины спроса (С) на рассматриваемый товар, приходящаяся на один день (рассчитанная величина характеризует величину спроса у тех покупателей, которые принимают предложенную цену). Расчет цены ( Ц ), по которой целесообразно продавать товар (как средняя величина между предполагаемой и желательной ценой для покупателей с учетом количества покупок).

**Вопрос № 33:** **Доброкачественность продовольственных товаров.**

Обязательным компонентом пищевой ценности продовольствен­ных товаров является их доброкачественность: сочетает в себе органолептическую ценность (цвет, вкус, аромат и др. органолептические свойства свежего продукта) и безопасность (безвредность). Влияние на безвредность продуктов питания отсутствие или наличие в пище вредных химических веществ (тяжелых металлов, нитратов, канцерогенных веществ), болезнетвор­ных микробов и токсинов. Наличие в продуктах пищевых добавок (красителей, ароматизаторов, консервантов). Е-компонент: общая характеристика.

**Вопрос № 34: Информационные знаки: назначение, виды, разновидности, расшифровка.**

Классификация информационных знаков, присущие им свойства. Схема классификация информационных знаков на группы и подгруппы в зависимости от определенных признаков. Краткая характеристика основных групп.

**II.2 К выполнению практических заданий**

Качество товара является одной из его основных характеристик, оказывающих решающее влияние на создание потребительских пред­почтений и формирование конкурентоспособности.

Большое влияние на качество готовой продукции оказывают вид и качество сырья, полуфабрикатов и материалов, а также совершенство технологического оборудования и технологических процессов. Качество готового продукта в большей степени зависти и от качества труда, то есть от квалификации опыта и мастерства работника производства. Формирование качества продовольственных товаров продолжается и на стадиях их хранения, транспортировки и реализации.

Качество – совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, кото­рые придают им способность удовлетворять обусловленные и пред­полагаемые потребности. Свойство продукции – это объективная осо­бенность продукции, проявляющаяся при ее изготовлении, хране­нии, транспортировании и потреблении. К основным свойствам продовольственных товаров относятся пищевая ценность, сохраняе­мость и кулинарно-технологические свойства.

*ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ* продовольственных товаров – это комп­лексное свойство. Ее составные элементы – энергетическая, биологи­ческая, физиологическая и органолептическая ценность, а также ус­вояемость и доброкачественность продуктов питания.

*ЭНЕРГЕТИЧЕС­КАЯ ЦЕННОСТЬ* характеризуется той энергией, которую получает организм в процессе обмена веществ. Для построения тканей и процес­сов обмена веществ необходимы все составные части продуктов, а потребность в энергии удовлетворяется в основном за счет углеводов, жиров и белков. Культура потребления продуктов питания предусмат­ривает достижение человеком энергетического баланса, и поэтому че­ловек должен знать, сколько калорий может дать ему тот или иной продукт. Ценность пищи как источника энергии измеряется калорий­ностью (энергетической способностью), то есть количеством тепла, выделяемого в организме человека при биохимических реакциях. Чтобы определить минимальное количество пищи, которое требуется челове­ку для восполнения его энергетических затрат, необходимо рассчитать точно калорийность потребляемой пищи.

Известно, что углеводы, жиры и белки при полном окислении в организме человека выделяют различное количество тепловой энер­гии:

* **1 г усвояемых углеводов – 3,75 ккал или 15,7 кДж;**
* **1 г жиров – 9,0 ккал или 37,7 кДж;**
* **1 г белков – 4,0 ккал или 16,7 кДж.**

Зная коэффициенты, можно рассчитать калорийность всего дневного ра­циона или калорийность любого пищевого продукта, если известен его химический состав.

*НАПРИМЕР*, надо рассчитать энергетическую ценность булки массой 200 г, содержащей белков – 7,7%, жиров – 2,4% и углеводов – 53,4%. Энергетическая ценность 100 г булки будет равна 252,65 ккал, то есть:

(7,7 х 4,0 + 2,4 х 9,0 + 53,4 х 3,75).

Таким образом, калорийность булки массой 200 г будет равна 505,3 ккал, то есть: (252,7 х 2).

Пересчитываем на килоджоули. Один килоджоуль (1 кДж), из выше приведенных данных количества тепловой энергии, равен 4,19 кДж:

(15,7 + 37,7 + 16,7) / (3,75 + 9,0 + 4,0).

Таким образом: 505,3 х 4,19 = 2117,3 кДж.

Простав­ляемые на упаковке в настоящее время данные о калорийности продукта и составе основных питательных веществ призваны помочь покупателю в организации сбалансированного питания.

*БИОЛОГИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ* продуктов характеризуется бел­ковым составом, содержанием в них витаминов и минеральных ве­ществ (сбалансированность), макро- и микроэлементов, незаменимых аминокислот и полиненасыщенных жирных кислот. Эти вещества не синтезируются в организме, поэтому не могут быть заменены другими пищевыми веществами. В настоящее время, когда энергозатраты современного человека снизились до оптимального уровня 2500 ккал, и человек стал потреблять меньше пищи по объему, биологическая ценность продуктов питания приобретает особое значение. При разработке новых продуктов питания, продуктов детского и диетичес­кого питания, фактору биологической полноценности состава уделя­ется повышенное внимание.

*ФИЗИОЛОГИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ* обусловлена веществами, оказывающими активное воздействие на организм человека. Напри­мер, кофеин чая и кофе, теобромин какао-порошка и шоколада возбуждающе действуют на сердечную и нервную деятельность чело­века. Молочная кислота и антибиотики, выделяемые микрофлорой молочнокислых продуктов, препятствуют развитию гнилостных бактерий, способствующих старению организма человека. Клетчатка и пектин являются регуляторами двигательной функции кишечника.

*ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ* – это комплексное сочетание свойств продукта: внешний вид (форма, цвет, состояние поверхности), кон­систенция, вкус и запах. Причем, последние имеют главное значе­ние при потреблении продуктов. Кроме этих основных свойств товара, для некоторых существуют и специфические: вид на разрезе, прозрачность, эластичность, рисунок.

К важным свойствам пищевой ценности товара относится их *УСВОЯЕМОСТЬ*. Усвояемость продуктов зависит от общей совокуп­ности их свойств: содержания пищевых веществ, внешнего вида, вкусовых достоинств, состава и активности ферментов и некоторых других показателей (например, плавления жиров). О степени усвояе­мости пищи судят по количеству веществ, всосавшихся в кровь через стенки кишечника. Белки, жиры, углеводы и другие вещества пищи животного происхождения всасываются более интенсивно, чем из продуктов растительного происхождения. Клетчатка и пектин рас­тительных продуктов не усваиваются организмом человека. Поэтому полезность пищевых продуктов определяется степенью их усвоения. Так, усвояемость жидких растительных масел выше усвояемости твер­дых животных жиров.

Белки, жиры и углеводы – энергетические вещества пищи. Белки – главная составная честь пищи. Мясные и рыбные бульоны, грибные отвары благодаря содержанию в них экстрактивных веществ, способствуют лучшему пищеварению, вызывая повышенное выделение пищеварительных соков. Углеводы – наиболее дешевый источник энергии. При не достатке в пищевом рационе углеводов на производство энергии в организме расходуется больше белков. Если в пище имеется достаточное количество углеводов то организм не тратит излишних белков на энергетические цели, а экономит их, используя главным образом как «строительный материал». Углеводы необходимы для нормального использования в организме жиров. Если в пищевом рационе не содержится в достаточной мере углеводов, то пищевые жиры не полностью сгорают, образуя так называемое кетоновые тела, которые вредно влияют на здоровье. Жиры не только концентрированный источник энергии, но и носители очень важных для организма полиненасыщенных жирных кислот. Количество жира в пище и его качество существенно влияют на усвояемость белков, углеводов минеральных веществ и витаминов.

*При смешанном питании усвояемость* белков составляет 84,5%, жиров – 94,0%, углеводов – 95,5%. Только усво­енная организмом пища используется для восстановления клеток тка­ней и для получения энергии. Чтобы более точно определить энерге­тическую ценность, необходимо учитывать процент усвоения про­дукта организмом. *НАПРИМЕР*, в 100 г масла сливочного несоленого содержится (в %): белков – 0,6; жиров – 82,5 и углеводов (лактозы) – 0,9. Определяем энергетическую ценность масла: белки – 4,0 ккал (16,7 кДж) х 0,6 = 2,4 ккал (10,0 кДж), жиры – 9,0 ккал (37,7 кДж) х 82,5 = 742,5 ккал (3110,0 кДж), углеводы – 3,75 (15,7 кДж) х 0,9 = 3,4 ккал (14,1 кДж). Итого: 748,3 ккал (3134,4 кДж). Данная энерге­тическая ценность является теоретической. Если предположить, что масло усваивается на 98%, то фактическая энергетическая ценность окажется меньше и будет составлять: (748,3 ккал (или 3134,4 кДж) х 98)/100 = 733,6 ккал (или 3071,7 кДж).

Однако многие продукты, хотя и обладают низкой энергетичес­кой ценностью, но являются незаменимыми в питании благодаря высокому содержанию витаминов (например, листовые овощи) и важнейших микроэлементов. Существуют также группы вкусовых продуктов, которые не обладают высокой энергетической ценнос­тью, но улучшают вкус и запах пищи и тем самым способствуют ее усвоению (соль, пряности, пищевые кислоты).

***Для обработки данных о спросе*** необходимо знать такие показатели, как доля потенциальных покупателей (%), доля потенциальных покупателей, принимающих предложенную цену товара (%), величина спроса, приходящаяся на один день (шт.), цена, по которой целесообразно продавать товар (руб.).

Доля потенциальных покупателей среди жителей региона определится как:

Dп.п. = ( Nп.п. / N ) х 100 % ,

где:

DП.П. – доля потенциальных покупателей, %;

NП.П. – количество потенциальных покупателей среди респондентов.

DП.П. – это общая доля потенциальных покупателей, но не все они согласны заплатить за товар заявленную нами цену. Тогда можно вычислить долю потенциальных покупателей, принимающих предложенную цену товара

Dсп.п. = ( Nсп.п. / N ) х 100 % , где

DСП.П. – доля потенциальных покупателей, принимающих предложенную цену товара, %;

NСП.П. – количество потенциальных покупателей, принимающих предложенную цену товара.

В связи с тем, что разные покупатели могут обращаться за товаром с различной частотой (от одного раза в день до одного раза в год), то формула для расчета спрос на рассматриваемый товар будет следующая:

С = (365 х Пд + 52 х Пн + 12 х Пм + 2 х Ппг + Пг + По) / 365 ,

где:

С – величина спроса, приходящаяся на один день;

ПД – количество покупок, совершаемых покупателями, желающими приобретать товар ежедневно;

ПН – количество покупок, совершаемых покупателями, желающими приобретать товар один раз в неделю;

ПМ – количество покупок, совершаемых покупателями, желающими приобретать товар один раз в месяц;

ППГ – количество покупок, совершаемых покупателями, желающими приобретать товар один раз в полгода;

ПГ – количество покупок, совершаемых покупателями, желающими приобретать товар один раз в год;

IIО – количество покупок, совершаемых покупателями, желающими приобрести товар один раз.

Рассчитанная величина характеризует величину спроса у тех покупателей, которые принимают предложенную цену.

Цена, по которой целесообразно продавать товар может быть рассчитана как средняя величина между предполагаемой и желательной ценой для покупателей с учетом количества покупок:

Ц = ( ЦФ х ПФ. общ. + ∑ Цn х Пn ) / Побщ. ,

где:

Ц – цена, по которой целесообразно продавать товар;

ЦФ – цена фактическая (установленная);

ПФ. общ. – общее количество покупок, совершаемое покупателями, желающими

приобретать товар по фактической установленной цене;

Цn – цена желаемая (устраиваемая) покупателей;

Пn – количество покупок (товара) которое совершает покупатель по желаемой цене;

Побщ. – общее количество покупок товара, совершаемое покупателями по

установленной и желаемой ценам.

Полученные данные следует рассматривать как исходные при определении возможных объемов реализации. Однако в условиях большой взаимозаменяемости большинства товаров, общего превышения предложения над спросом и при наличии конкуренции полученные результаты будут не совсем точно отражать действительные потребности населения в конкретном товаре. Поэтому для повышения точности расчетов необходимо проводить их корректировку с учетом данных о реальных объемах продажи товара.

**III ПРИМЕРЫ РШЕНИЯ ЗАДАЧ**

***ЗАДАЧА № 1***

Используя необходимые коэффициенты, определить энергетическую ценность, в ккал и кДж, продукта массой 200 г. Известно, что содержание белков – 7,7%, углеводов – 53,4%, жиров – 2,4%. Соотношения белка, жира, углеводов даны на 100 г продукта.

Объяснить полученный результат.

*РЕШЕНИЕ:*

При полном окислении белки, жиры, углеводы выделяют следующее количество энергии:

1 г белков – 4,0 ккал или 16,7 кДж,

1 г углеводов – 3,75 ккал или 15,7 кДж,

1 г жиров – 9,0 ккал или 37,7 кДж

**I.** Зная эти коэффициенты рассчитаем энергетическую ценность 100 г продукта:

**1.** белки 4,0 ккал х 7,7 = 30,80 ккал или 16,7 кДж х 7,7 = 128,59 кДж

**2.** углеводы 3,75 ккал х 53,4 = 200,25 ккал или 15,7 кДж х 53,4 = 838,38 кДж

**3.** жиры 9,0 ккал х 2,4 = 21,60 ккал или 37,7 кДж х 2,4 = 90,48 кДж

**II.** 200 г продукта содержит:

**1.** белки 30,80 ккал х 2,0 = 61,60 ккал или 128,59 кДж х 2,0 = 257,18 кДж

**2.** углеводы 200,25 ккал х 2,0 = 400,50 ккал или 838,38 кДж х 2,0 = 1676,76 кДж

**3.** жиры 21,60 ккал х 2,0 = 43,20 ккал или 90,48 кДж х 2,0 = 180,96 кДж

**III.** Таким образом энергетическая ценность 200 г продукта составит:

61,60 ккал + 400,50 ккал + 43,20 ккал = 505,30 ккал или

257,18 кДж + 1676,76 кДж + 180,96 кДж = 2114,90 кДж

*ОТВЕТ:*

энергетическая ценность 200 г продукта составляет 505,30 ккал или 2114,90 кДж.

***ЗАДАЧА № 2***

Вычислив долю потенциальных покупателей проанализировать полученные результаты и сделать соответствующие выводы.

Известно, что из 185 чел. количество потенциальных покупателей среди респондентов составляет 181 чел.

*РЕШЕНИЕ:*

ДАНО: Дп.п. = (Nп.п. / N) х 100%

N = 185 чел. где Дп.п. – доля потенциальных покупателей, %;

Nп.п. = 181 чел. N – общее количество опрошенных;

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Nп.п.– количество потенциальных покупателей среди

НАЙТИ: опрошенных.

Дп.п. – ?

1. Найдем Дп.п.:

Дп.п. = (181 /185) х 100% = 97,84%.

ОТВЕТ:

доля потенциальных покупателей товара среди опрошенных 97,84%. Это говорит о том, что по предложенной (условной) цене товар готовы покупать лишь 97,84% всех опрошенных респондентов.

***ЗАДАЧА № 3***

Используя штриховой код, сделайте вывод о подлинности товара или же установите наличие фальсификации продукции. На основе какого типа штрихового кода проводится такой анализ? Обоснуйте свой вывод.

Штриховой код товара выглядит таким образом: 3 7 0 0 5 0 1 0 0 2 8 2 3.

*РЕШЕНИЕ*:

Для анализа проводим следующие вычисления:

**1**) Сложить цифры стоящие на четных местах: 7+0+0+0+2+2=11;

**2**) Полученную в пункте 1 сумму умножить на **3** (так как EAN – 1**3**): 11 х 3=33;

**3**) Сложить цифры, стоящие на нечетных местах без контрольной цифры:

3+0+5+1+0+8=17;

**4**) Сложить суммы, полученные в пункте 2 и пункте 3: 33+17=50;

**5**) Отбросить десятки, получим число 0;

**6**) Из **10** (так как EAN – **1**3) вычесть полученную в пункте 5 сумму: 10–0=10.

*ВЫВОД:*

полученная после расчета цифра не совпадает с контрольной в штриховом коде (в задаче это цифра **3** – последняя цифра штрихового кода), а это означает, что товар произведен незаконно. Если полученная в пункте 6 цифра совпадала бы с контрольной, то произведенный и промаркированный товар являлся бы подлинным.

Код страны изготовителя товара, по условию задачи – 37, а это совпадает с кодом Франции (30 – 37), присвоенным Европейской ассоциацией пользователей системы автоматической идентификации товаров EAN этой стране.

***ЗАДАЧА № 4***

Вычислить долю потенциальных покупателей и долю потенциальных покупателей принимающих предложенную цену, если известно, что из 72 человек, количество потенциальных покупателей 69 чел., а 39 % потенциальных покупателей принимают предложенную цену.

Проанализировать полученные результаты и сделать выводы.

*РЕШЕНИЕ:*

ДАНО: Дп.п. = (Nп.п. / N) х 100%

N = 72 чел. Дсп.п. = (Nс п.п. / N) х 100%

Nп.п. = 69 чел. где N – общее количество опрошенных;

Nс п.п. = 39% принимают Nс п.п.  – количество потенциальных

предложенную покупателей, принимающих

цену предложенную цену;

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Nп.п. – количество потенциальных покупателей НАЙТИ: среди опрошенных;

Дп.п. – ? Дсп.п. – ? Дп.п. – доля потенциальных покупателей, %;

Дсп.п.– доля потенциальных покупателей,

принимающих предложенную цену, %.

1. Найдем Nс п.п.:

Nс п.п. = (69 х 39) / 100 = 27 чел.

1. Найдем Дп.п.:

Дп.п. = (69 / 72) х 100% = 95,83 %.

1. Найдем Дсп.п.:

Дсп.п. = (27 / 72) х 100% = 37,5 %.

ОТВЕТ:

доля потенциальных покупателей товара, среди опрошенных 95,83%, адоля потенциальных покупателей принимающих предложенную цену 37,5%. Полученные результаты говорят о том, что среди всех опрошенных респондентов лишь 95,83% являются потенциальными покупателями, а 37,5% покупателей готовы приобрести товар по предложенной цене.

***ЗАДАЧА № 5***

Фактическая цена товара 976 руб. Общее количество покупок, совершаемое покупателями, желающими приобретать товар по установленной цене – 31 шт. Количество покупок которое совершает потребитель по желаемой цене:

а) 56 – цена в три раза ниже;

б) 49 – цена в 1,5 раза ниже;

в) 61 – цена на 697 руб. ниже установленной цены.

Рассчитать цену, по которой целесообразно продавать товар. Объяснить полученный результат.

*РЕШЕНИЕ*:

ДАНО: Ц = (Цф х Пф.общ. + Σ Цn х Пn) / Побщ.

Пф.общ. = 31 шт. где Ц – цена, по которой целесообразно продавать товар;

Цф = 976 руб. Цф – цена фактическая по условию задачи;

Ц1 = в 3 раза ниже Пф.общ. – общее количество покупок, совершаемое

установленной покупателями, желающими приобретать

Ц2 = в 1,5 раза ниже товар по установленной цене;

установленной Побщ. – общее количество покупок товара, совершаемое

Ц3 = на 697 руб. покупателями по установленной и желаемой

ниже установленной ценам;

П1 = 56 шт. Цn – цена желаемая (устраиваемая) покупателей;

П2 = 49 шт. Пn – количество покупок, совершаемое покупателями

П3 = 61 шт. по желаемой цене.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

НАЙТИ:

Ц – ?

1. Найдем Ц1: Ц1 = 976 руб. / 3 = 325 руб. 33 коп.
2. Найдем Ц2: Ц2 = 976 руб. / 1,5 = 650 руб. 67 коп
3. Найдем Ц3: Ц3 = 976 руб. – 697 руб. = 279 руб.
4. Найдем Побщ.: Побщ. = 31 шт. + 56 шт. + 49 шт. + 61 шт. = 197 шт
5. Найдем Ц:

Ц = (976 руб. х 31 шт. + 325 руб. 33 коп. х 56 шт. + 650 руб. 67 коп. х 49 шт. +

+ 279 руб. х 61 шт.) / 197 шт. = (30256 руб. + 18218 руб. 48 коп. +

+ 31882 руб. 83 коп. + 17019 руб.) / 197 шт. = 97376 руб. 31 коп. / 197 шт. =

= 494 руб. 29 коп.

ОТВЕТ:

Ц = 494 руб. 29 коп. По рассчитанной цене целесообразно продавать товар.

***ЗАДАЧА № 6***

Известно, что количество покупок совершаемых покупателями, желающими приобретать товар:

а) ежедневно – 136 шт.; б) один раз в неделю – 344 шт.;

в) один раз в месяц – 401 шт.; г) один раз в полгода – 234 шт.;

д) один раз в год – 509 шт.; е) всего лишь один раз совершают покупку – 36 шт.

Определить спрос на товар. Что характеризует рассчитанная величина? Проанализировать полученный результат.

*РЕШЕНИЕ:*

ДАНО:

Пд = 136 (шт.) С = (365 х Пд + 52 х Пн +12 х Пм + 2 х Ппг + Пг + По) / 365

Пн = 344 (шт.) где С – спрос на товар

Пм = 401 (шт.) Пд – количество покупок, совершаемых покупателями

Ппг = 234 (шт.) желающими приобретать товар ежедневно;

Пг = 509 (шт.) Пн – количество покупок, совершаемых покупателями

По = 36 (шт.) желающими приобретать товар один раз в неделю;

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Пм – количество покупок, совершаемых покупателями

НАЙТИ: желающими приобретать товар один раз в месяц;

С – ? Ппг – количество покупок, совершаемых покупателями

желающими приобретать товар один раз в полгода;

Пг  – количество покупок, совершаемых покупателями желающими приобретать

товар один раз в год;

По – количество покупок совершаемых покупателями желающими приобрести

товар всего лишь один раз;

1. Определим спрос на товар:

С = (365 х 136 + 52 х 344 + 12 х 401 + 2 х 234 + 509 + 36) / 365 =

= (49640 + 17888 + 4812 + 468 + 509 + 36) / 365 = 73353 / 365 =

= 201 шт.

ОТВЕТ:

по условной цене спрос на предложенный товар будет составлять 201 штука за один день.

***ЗАДАЧА № 7***

Известно, что при смешанном питании усвояемость белков составляет – 84,5 %, жиров – 94,0%, углеводов – 95,5 %.

Определить, используя необходимые коэффициенты, фактическую энергетическую ценность продукта при смешанном питании, в ккал и кДж. В 800 г мяса скумбрии содержится: белок – 29%, жир – 16%. Соотношения белка, жира, углеводов даны на 100 г продукта.

Объяснить полученный результат.

*РЕШЕНИЕ:*

При полном окислении белки, жиры, углеводы выделяют следующее количество энергии:

1 г белков – 4,0 ккал или 16,7 кДж

1 г жиров – 9,0 ккал или 37,7 кДж

1 г углеводов – 3,75 ккал или 15,7 кДж

**I.** Зная эти коэффициенты рассчитаем энергетическую ценность 100 г мяса скумбрии:

**1.** белки 4,0 ккал х 29 = 116 ккал или 16,7 кДж х 29 = 56178,80 кДж

**2.** жиры 9,0 ккал х 16 = 144 ккал или 37,7 кДж х 16 = 603,20 кДж

**II.** 800 г мяса скумбрии содержит:

**1.** белки 116 ккал х 8,0 = 928,0 ккал или 56178,80 кДж х 8,0 = 449430,40 кДж

**2.** жиры 144 ккал х 8,0 = 1152 ккал или 603,20 кДж х 8,0 = 4825,60 кДж

**III.** Таким образом энергетическая ценность 800 г мяса скумбрии содержит:

928,0 ккал + 1152ккал = 2080,0 ккал или

449430,40 кДж + 4825,60 кДж = 454256,0 кДж

**IV.** При смешанном питании усвояемость белков составляет – 84,5 %, жиров – 94,0 %, углеводов – 95,5 %.

Рассчитаем фактическую энергетическую ценность компонентов 800 г мяса скумбрии:

**1.** белки (928,0 ккал х 84,5%) : 100% = 784,16 ккал или

(56178,80 кДж х 84,5%) : 100% = 47471,09 кДж

**2.** жиры (1152ккал х 94%) : 100% = 1082,88 ккал или

(4825,60 кДж х 94%) : 100% = 4536,06 кДж

**V.** Таким образом фактическая энергетическая ценность 800 г мяса скумбрии составит:

784,16 ккал + 1082,88 ккал = 1867,04 ккал

47471,09 кДж + 4536,06 кДж = 52007,15 кДж

ОТВЕТ:

энергетическая ценность 800 г мяса скумбрии составляет 2080,0 ккал или 454256,0 кДж; при смешанном питании фактическая энергетическая ценность 800 г мяса скумбрии составляет 1867,04 ккал или 52007,15 кДж.

**IV ЛИТЕРАТУРА**

|  |  |
| --- | --- |
| **№**  **п/п** | **ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА** |
| Л-1 | Электронное пособие по дисциплинам «Товароведение» и «Теоретические  основы товароведения». Автор: Е.В. Терехова, преподаватель ГПОУ ТО «Тульский экономический колледж», 2019 год |
|  |  |
| **№**  **п/п** | **ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА** |
| Л-2 | Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: Учебник для вузов. –  М.: Норма, 2006. – 448 с. |
| Л-3 | Товароведение и организация торговли продовольственными товарами:  учебник для нач. проф. образования: учеб. пособие для проф. образования /  [А.М. Новикова, Т.С. Голубкина, Н.С. Никифорова, С.А. Прокофьева]. – 5-  е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 480 с. |
| Л-4 | Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами:  Учебник для начального профессионального образования / Под редакцией  А.Н. Неверова, Т.И. Чалых. – М.: ИРПО; Издательский центр «Академия»,  2000. – 464 с. |
| Л-5 | Моисеенко Н.С. Товароведение непродовольственных товаров. Часть 1.  Серия «Учебники ХХI века» – Ростов н/Д: «Феникс», 2001. – 320 с. |
| Л-6 | Моисеенко Н.С. Товароведение непродовольственных товаров. Часть 2.  Серия «Учебники ХХI века» – Ростов н/Д: «Феникс», 2001. – 256 с. |
| Л-7 | Бурова М. Товароведение непродовольственных товаров (конспект лекций).  – М.: «Издательство ПРИОР», 2001. – 160 с. |
| Л-8 | Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические  основы: Учебник для вузов. – М.: Издательство НОРМА, 2002. – 283 с. |
| Л-9 | Коммерческое товароведение: Учебник / Теплов В.И., Сероштан М.В.,  Боряев В.Е., Панасенко В.А – 2-е изд. – М.: Издательский Дом «Дашков и Ко», 2001. – 620 с. |
| Л-10 | Чечеткина Н. М., Путилина Т.И., Горбунева В.В. Товарная экспертиза.  Серия «Учебники и учебные пособия». Ростов н/Д: «Феникс», 2000. – 512 с. |
|  |  |